

Universitas Bina Nusantara

Fakultas Ekonomi dan Komunikasi

Jurusan Komunikasi Pemasaran

Skripsi Sarjana

Semester Genap 2014 / 2015

PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* ATAS MEREK DAGANG SUSHI TEI

Sara Ikmalia 1501190130

LH51

Abstrak

Fenomena yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah mengenai pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Customer Satisfaction atas merek dagang Sushi Tei. Bagaimana sebuah Brand Awareness dan Brand Image Customer Satisfaction terhadap sebuah brand. Kedua dimensi ini sangat berkaitan satu sama lain dalam mempengaruhi kelayakitan pelanggan terhadap sebuah merek. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Brand Awareness dan Brand Image secara simultan terhadap Customer Satisfaction pelanggan Sushi Tei. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey, dimana penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Brand Awareness dan Brand Image berpengaruh secara signifikan terhadap Customer Satisfaction. Dimana setiap perubahan pada variabel brand awareness dan Brand Image mempengaruhi 69% perubahan pada Customer Satisfaction yang memiliki hubungan antar variabel bersifat kuat dan searah. Saran yang dapat diberikan kepada pihak Sushi Tei adalah tetap mempertahankan citra dan kualitas pelayanan dengan terus memberikan kesan yang baik dan serta keuntungan kepada para pelanggannya. Namun dibalik itu, Sushi Tei juga harus lebih meningkatkan brand image nya sebagai restaurant Jepang agar terlihat lebih otentik dan unik diantara para pesaingnya.

Kata Kunci : *Brand Awareness, Brand Image, Customer Satisfaction, Kuantitatif*

Fakultas Ekonomi dan Komunikasi

Jurusan Komunikasi Pemasaran

Skripsi Sarjana

Semester Genap 2014 / 2015

***THE EFFECT OF BRAND AWARENESS AND BRAND IMAGE ON
CUSTOMER SATISFACTION OF SUSHI TEI'S TRADEMARK***

Sara Ikmalia 1501190130

LH51

Abstract

Phenomenon to be raised in this study is about the influence of brand awareness and customer satisfaction of brand loyalty on Sushi Tei's trademark. How does a brand awareness and brand image an affecting customer satisfaction. Both dimensions is very important to measure the consumer's loyalty. The purpose of this research is to know the influence of brand awareness and brand image simultaneously affect the customer satisfaction of Sushi Tei's customers. The method used in this study is a quantitative method. Data collection method used in this research was survey, where this study using a questionnaire as an instrument for collecting data. The results of research explained that the brand awareness and brand image significantly influence the customer satisfaction. Where any changes of brand awareness and brand image variables affect 69 % on customer satisfaction. Advice can be given to the Sushi Tei restaurant is to keep maintain the image and the quality of services to provide a good impression and as well as benefits to the customers. Although, as a Japanese restaurant, Sushi Tei also have to increase the brand image of his restaurant to make it look more authentic and unique among all the competitors.

Key Words : *Brand Awareness, Brand Image, Customer Satisfaction, Quantitative.*